Journal of Fiqh and Usul

HomePage: https://jfiqh.um.ac.ir/ Vol. 55, No. 1: Issue 132, Spring 2023, p.75-95

Online ISSN: 2538-3892 Print ISSN: 2008-9139

Receive Date: 09-09-2021 Revise Date: 05-03-2022 Accept Date: 05-03-2022

DOI: https://doi.org/10.22067/jfiqh.2022.72322.1178 Article type: Original

Examining and criticizing theories of exchange value with an emphasis on the distinction between current and potential value

Dr. Mohammad Ali Raghebi , Associate Professor of Qom University(Responsible author)
Email:ma.raghebi@qom.ac.ir

Mohammad Taghi Tolmi, PhD student of jurisprudence and law at Qom University

Abstract

Exchange value is one of the most important issues in economics, which is also considered in jurisprudence under the title of being property by jurists, and in both sciences, various theories about its origin have been presented. The study of common theories of value shows that in these theories, exchange value is looked at with a static view and it is referred to as a point result that is due to causes and factors that are the origin of value at a point in time.

In this article, we are trying to prove that the value of exchange is the result of a dynamic, linear and flowing process, which reaches actuality from potentiality over time through different stages. In this regard, with the introduction of two types of property and exchange value, potential and current, and as a result, the distinction between potential and current property, it is clear that the neglect of the types of value on the one hand and the lack of accurate analysis of the process of value formation on the other hand, have become the source of differences and mistakes in value theories. .

Key words: theory, exchange value, potential, current, Islamic economy.

This is an open access article under the CC BY license: https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Journal of Fiqh and Usul

فقه و اصول

سال ۵۵ - شماره ۱ - شماره پیاپی ۱۳۲ - بهار ۱۴۰۲، ص ۹۵ - ۷۵

HomePage: https://jfiqh.um.ac.ir/

شاپا چاپی ۹۱۳۹-۲۰۰۸

شاپا الکترونیکی ۳۸۹۲-۲۵۳۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۸ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴

نوع مقاله :پژوهشی

DOI: https://doi.org/10.22067/jfiqh.2022.72322.1178

بررسی و نقد نظریه‌های ارزش مبادلی با تأکید بر تمایز ارزش شأنی و فعلی

دکتر محمد علی راغبی(نویسنده مسئول)

دانشیار دانشگاه قم

Email:ma.raghebi@qom.ac.ir

محمد تقی تولمی

دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه قم

چکیده

ارزش مبادلی ازجمله مهمترین موضوعاتِ مطرح در علم اقتصاد است که در فقه نیز تحت‌عنوان مالیت مدّنظرِ فقیهان قرار گرفته است و در هر دو علم نظریه‌های گوناگونی راجع به منشأ آن ارائه شده است. مطالعهٔ نظریه‌های رایجِ ارزش نشانگر آن است که در این نظریات با نگاهی ایستا به ارزش مبادلی نظر شده است و از آن به‌عنوان برایندی نقطه‌ای یاد شده که معلول علل و عواملی است که در مقطعی از زمان، منشأ ایجاد ارزش می‌شوند.

در این نوشتار به‌روش توصیفی‌تحلیلی درصدد اثبات این موضوع هستیم که ارزش مبادلی، معلولِ فرایندی پویا، خطی و جریان‌مند است که در طول زمان با طی مراحل مختلف از شأنیت به فعلیت می‌رسد. در این راستا، با معرفی دو قسمِ مالیت و ارزش مبادلی شأنی و فعلی و درنتیجه تمایز مال شأنی و فعلی مشخص می‌شود که غفلت از اقسام ارزش از سویی و عدم‌تحلیل دقیق فرایند شکل‌گیریِ ارزش از سوی دیگر، منشأ اختلافات و اشتباهات در نظریه‌های ارزش شده است.

واژگان کلیدی: نظریه، ارزش مبادلی، شأنی، فعلی، اقتصاد اسلامی

مقدمه

راجع به ارزش مبادلی نظریه‌های مختلفی در دو علم اقتصاد و فقه بیان شده است که در آن‌ها به‌دنبال پاسخ به این مسئله‌اند که منشأ ارزش و مالیت اشیا چیست؟ غرض اقتصاددانان و فقها در ارائهٔ این نظریه‌ها مختلف است؛ برای مثال، در میان اقتصاددانان، آدام اسمیت به‌دلیل اهمیتی که برای بازار به‌مثابهٔ عامل تعیین‌کنندهٔ تقسیم کار قائل شده است خود را ناچار می‌دید تا چگونگی تعیین ارزش اقتصادی و مبادلی کالاها در بازار را بررسی کند. وی از این کار دو فایده در نظر داشت؛ اول اینکه، تغییرات قیمت‌های بازار را فهمیدنی کند؛ دوم اینکه، تغییرات بلندمدت اقتصادی را اندازه‌گیری کند (باربر، ۲٤تا۲٦). بعد از وی نیز اقتصاددانان درصدد توضیح چگونگی شکل‌گیری مقدار قیمت و ارزش مبادلی و عوامل مؤثر بر آن بوده‌اند تا به این وسیله بتوانند با شناخت عملکرد بازار در شکل‌گیری قیمت‌ها، قوانینی را که قیمت فروش را تعیین می‌کنند کشف و رشد اقتصادی را بررسی کنند که تحت‌تأثیر بازار و هزینه‌ها و درآمدهای تولیدی است (قدیری اصلی، ۹٤)؛ زیرا در راستای تحقق رشد اقتصادی این مکانیزم قیمت و ارزش مبادلی است که تخصیص‌دهندهٔ مطلوب و بهینهٔ منابع محدود و کمیاب اقتصادی است (سبحانی، ۸). این در حالی است که هدف فقیهان از ارائهٔ نظریات ارزش و مالیت غالباً دو امر است؛ هدف اول، تبیین عناصر دخیل در تمایز مال (شیء ارزشمند) از غیرمال (شیء غیرارزشمند) تا بتوانند در بحث قراردادها و معاملات علاوه بر امکان تحلیل ماهیت معاملات و فعالیت‌های اقتصادی نظیر بیع به ارائهٔ ملاکی روشن دربارهٔ موضوعاتی بپردازند که شرط صحت معاملهٔ آن‌ها مالیت موضوع مورد معامله است؛ هدف دوم، امکان بررسی دقیق احکام ضمان مال و مالیت است. بر این اساس، بسیاری از مباحث مرتبط با مال و مالیت در ضمن مسائلی نظیر بیع، مکاسب محرمه و ضمان‌ها مطرح شده است.

فارغ از این اختلاف غرض‌ها، در این نوشتار در پی آن هستیم تا با بررسی و نقد مهمترین نظریه‌های ارزش به ارائهٔ نظریه‌ای کامل‌تر اقدام ورزیم.

۱. مفهوم عام ارزش

ارزش در لغت اسم مصدر ارزیدن و به‌معنای قیمت، بها، ارز، ارج، قدر و شایستگی است (دهخدا، ۱۱۵/۱) و به چیزی اطلاق می‌شود که مورد توجه و درخواست است و می‌تواند تلاش افراد را برای به‌دست‌آوردنش بر انگیزاند (توانایان فرد، ۱۳۸۵، ۱۰۲۵).

ارزش، مفهومی فراگیر دارد که نه‌تنها در اقتصاد و علوم مالی، بلکه در سایر علوم و باتوجه‌به ابعاد گوناگون زندگی بشری باتوجه‌به رویکرد خاص هر حوزه بحث و بررسی می‌شود. بر این اساس، امور

متعددی از اشیای فیزیکی و غیرفیزیکی؛ مانند طلا، نفت، شجاعت، امانت‌داری، آزادی بیان، استقلال، شفافیت اطلاعات، عدالت مالیاتی، پایبندی به قانون، احترام به سایر فرهنگ‌ها و قومیت‌ها، حفظ آثار باستانی، تقوا، عبادت و... از امور ارزشمند شمرده شده‌اند. به نظر می‌رسد باتوجه‌به گسترهٔ وسیع مباحث ارزش در علوم مختلف به‌سختی می‌توان از آن به‌معنای صحیح کلمه تعریفی یگانه به دست داد که منطبق بر مصادیق خود در تمام حوزه‌ها باشد. بااین‌وجود شاهدیم که کلمهٔ ارزش باوجود پیچیدگی مفهوم آن، در زبان تودهٔ مردم کاربرد فراوانی دارد و افراد بدون داشتن دغدغه‌ای در فهم معنایش آن را به کار می‌برند و طرفین گفت‌وگو راجع به درک معنای آن اظهار جهل و نادانی نمی‌کنند. علت این امر آن است که غالباً انسان‌ها در گفت‌وگوهای خود و دانشمندان در علوم مختلف، ارزش را نه به‌صورت منفرد و استقلالی، بلکه در کنار امور متصف به ارزش نظیر خانهٔ ارزشمند، شخصیت ارزشمند، قانون ارزشمند و... استعمال می‌کنند و این مفهوم را به‌عنوان وصف برای موصوفی دارای ارزش به کار می‌برند و ازاین‌رو درک مفهوم ارزش در ضمن موصوف آن صورت می‌گیرد.

باتوجه‌به این نکته ما قادریم ارزش را که به‌خودی خود امری فیزیکی و محسوس نیست، به‌عنوان حقیقتی که خود را در ضمن عقاید، اعمال و اشیای ارزشمند نمایان می‌سازد شناسایی و امور دارای ارزش را از امور بی‌ارزش متمایز سازیم. بر همین اساس می‌توان وجه اشتراک امور ارزشمند را در دو عنصر مرغوبیت و مطلوبیت آن‌ها دانست. به بیانی دیگر، ارزش با همهٔ تنوعی که در کاربردها و مصادیقش وجود دارد، مفهومی پایه‌ای را در دل خود دارد و آن مرغوبیت و مطلوبیت است. در واقع امور ارزشمند مورد میل و رغبت انسان است و بشر خواهان و طالب وصول به آن‌هاست.

۲. ارزش مبادلی در اقتصاد و فقه

ارزشی که محور نظریات مختلف اقتصادی و فقهی قرار گرفته است، ارزش مبادلی است که بشر در راستای تنظیم روابط اجتماعی خود در حوزهٔ معاملات و مبادلات اقتصادی نیازمند شناخت آن است و در برابر ارزش مصرفی قرار دارد. ارزش مبادلاتی، قیمت شیئی در مبادله است که در بازار تعیین می‌شود و به آن ارزش اقتصادی نیز گفته می‌شود، درحالی‌که ارزش مصرفی هر کالا همان مطلوبیت و رضایتمندی حاصل از مصرف هر کالاست که که شیئی به مصرف‌کنندهٔ آن می‌رساند. با تأکید بر مسئلهٔ مبادله می‌توان ارزش مبادلی کالایی را این‌گونه تعریف کرد: مقداری از مالی است که با مال دیگر مبادله می‌شود و بیانگر قدرت خریدی است که آن کالا برای به‌دست‌آوردن سایر کالاها در اختیار صاحبش قرار می‌دهد (سبحانی، ۱۵).

در اقتصاد محاسبهٔ میزان ارزش مبادلی از اهمیت فراوانی برخوردار است. منشأ نیاز به محاسبهٔ ارزش را می‌توان در ضرورت ارتباط انسان‌ها با یکدیگر برای رفع مشکلات و نارسایی‌های خود دانست. نیاز انسان به حاصل کار و تولید دیگران سبب شد که مسئلهٔ مبادلهٔ کالاها در ضمن تجربهٔ زندگی اجتماعی تحقق پذیرد. در این راستا این سؤال مطرح شد که برای مثال حاصل تلاش یک فرد که به‌صورت یک کیسهٔ گندم تبلور یافته است باید با چه مقدار از گوشت تولیدشده توسط دیگری مبادله شود؟ این سؤال ساده یکی از مهمترین و بحث برانگیزترین مباحث معارف بشری را رقم زده است که نظریه‌های ارزش نیز در راستای پاسخ‌گویی به آن ارائه شده‌اند (همو، ۱۳).

محاسبهٔ میزان این ارزش، نیازمند وجود معیاری برای سنجش است که در اقتصاد به‌دلیل نقش مهم پول در شکل‌گیری و گسترش روابط اقتصادی، میزان این ارزش را با پول می و به‌صورت کمیتی عددی نشان می‌دهند که برابر با مقدار واحد پولی است که فعالان اقتصادی حاضرند در قبال یک کالا یا خدمت پرداخت کنند. بنابراین مقدار پولی که برای مبادلهٔ یک واحد از کالا یا خدمت پرداخت می‌شود، قیمت آن کالا یا خدمت را شکل می‌دهد. تعیین این مقدار پول که باید جهت دریافت یک کالا یا خدمت پرداخت شود ارزش‌گذاری یا قیمت‌گذاری آن کالا یا خدمت است (علینقی لنگری، ۷۹).

البته باید دقت داشت که ماهیت یک شیء متفاوت از واحد اندازه‌گیری آن است و همان‌گونه که جرم شیء که ذرات، تشکیل‌دهندهٔ آن است با واحد کیلو که برای اندازه‌گیری آن است، تفاوت آشکاری دارد، به همین وضوح میان ارزش مصرفی شیء و ارزش مبادلی آن نیز تفاوت وجود دارد و نباید آن‌ها را یکسان دانست. قیمت (ارزش مبادلی) شیئی در بازار معرِّف ناقصی از ارزش‌هایی است که شیء حامل آن‌هاست (چون ارزش مصرفی آن نیز باید مدِّنظر باشد) و ازاین‌رو در تحلیل علت پیدایش ارزش (مصرفی و مبادلی) یا علت پیدایش قیمت و میزان آن نباید آن‌ها را به جای یکدیگر گرفت (زاهدی‌وفا و باقری، ٦٠).

مباحث ارزش مبادلی از منظر فقهی را نیز می‌توان در ذیل عناوین فقهی نظیر مال و مالیت جستجو کرد. فقها در ابواب متعدد فقهی به‌ویژه بیع، به‌طور مفصل به تحقیق پیرامون مفهوم مال و مالیت پرداخته‌اند. از منظر ایشان هر آنچه مالیت دارد مال است و با لحاظ شرایطی دیگر از قبیل دارابودن منفعت حلال که مقصود عقلا نیز باشد، بیع یا هرگونه معاملهٔ اقتصادی راجع به آن جایز است (علامه حلی، چاپ قدیم، ۲۹٤؛ حسینی عاملی، ٤٩/١٢؛ انصاری، ٩/٤). از منظر ایشان مالیت‌داشتن شیئی به آن است که عقلا حاضر باشند در ازای دریافت آن عوضی پرداخت کنند؛ ازاین‌رو، در نزد ایشان مفهوم ارزش مبادلی، معادل مفهوم مالیت است و لذا این دو اصطلاح را در موارد متعدد مترادف به کار برده‌اند (خمینی، نجاة العباد، ۲۸۷؛ گلپایگانی، ١٤؛ تبریزی، استفتائات جدید، ۲۸۱/۱).

ارزش مبادلی در مباحث اقتصادی و مالیت در مباحث فقهی به یک مفهوم‌اند و مالیت‌داشتن شیئی به‌معنای ارزش مبادلی‌داشتن آن است و این دو مترادف‌اند (مطهری، ٤٣٩/٢٠؛ امامی، بی‌تا، ۲۰۹/۱؛ سبحانی، ۱۷۹؛ یوسفی، ٤١).

۳. مهمترین نظریه‌های ارزش در فقه

مهمترین نظریات ارزش و مالیت در فقه را می‌توان در ذیل شش نظریه ارائه داد که به‌صورت مختصر به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

۳. ۱. نظریهٔ مالیت، احتیاج و کار

دو امر در تحقق مالیت یک شیء معتبر است؛ ۱. آن شیء مورد احتیاج انسان باشد و نیازی از نیازهای مادی یا معنوی او را برطرف کند؛ ۲. دسترسی به آن نیازمند کار و تلاش باشد (ایروانی نجفی، ١٦٥/١). بنابراین، ارزش اشیا باتوجه‌به میزان حاجت و همچنین مقدار کاری که برای رسیدن به آن صرف شده است مختلف خواهد بود و به همین دلیل آب در کنار رودخانه مالیت ندارد ولی به‌تدریج هرچه از رودخانه فاصله گرفته می‌شود، مال می‌شود و با زیادشدن فاصله بر مالیتش افزوده می‌شود (همان)؛ چراکه هم احتیاج به آن بیشتر می‌شود و هم کاری که برای دستیابی به آن صرف می‌شود بیشتر است.

۳. ۲. نظریهٔ مالیت، منفعت عقلایی

ملاک مالیت شیئی، وجود منفعت در اشیا است. مشهور فقها موافق این نظریه‌اند (علامه حلی، ۳۵/۱۰؛ مقدس اردبیلی، ۵۳/۸؛ صاحب‌جواهر، ٣٤٣/٢٢؛ انصاری، ٩/٤). بر این اساس، اشیایی که منفعت ندارند مالیت نداشته و مال شمرده نمی‌شوند و درنتیجه فعالیت‌های اقتصادی مانند خریدوفروش که در موضوع آن‌ها شرط مالیت اخذ شده است، در خصوص این اشیا جایز نیست؛ برای مثال، یک دانهٔ گندم به‌دلیل اینکه فاقد منفعت است، مالیت ندارد و به‌دلیل صلاحیت‌نداشتن برای تقابل با مال و نداشتن ارزش مبادلی، خریدوفروش آن نیز صحیح نیست (علامه حلی، ۳۵/۱۰).

از منظر ایشان منفعتی که شرط صحت شرعی معاملات است، بایستی منفعتی مورد رغبت و قصد عقلا و تأییدشدهٔ شارع باشد که از آن به «منفعة محللة مقصودة للعقلاء» تعبیر می‌شود (انصاری، ٢٦/١و٤٤).

۳. ۳. نظریهٔ مالیت، غرض عقلایی

تعلق غرض به چیزی که عرفاً مال نیست سبب عروض مالیت بر آن شیء می‌شود (خویی، ٢٤/٢) و شرط تحقق مالیت برای یک شیء آن است که عقلا منظوری از مبادلهٔ آن داشته باشند و آن شیء موضوع

غرض عقلا واقع شود (سبزواری، ٦/١٧). بنابراین، اگر شیئی هیچ منفعتی هم نداشته باشد اما در مبادلهٔ آن غرضی عقلایی موجود باشد که سبب خریدوفروش آن شود، باید حکم به صحت و عقلایی‌بودن آن معامله کرد؛ زیرا بنیان صحت معاملات بر غرض صحیح عقلایی است (خمینی، المکاسب المحرمة، ٢٤٤/١).

در راستای تبیین این نظر، گروهی غرض را به نوعی و شخصی تقسیم می‌کنند و صرفاً غرض نوعی را سبب عروض مالیت می‌دانند (خویی، ٢٤/٢)، ولی برخی دیگر اغراض را به نوعی، صنفی و شخصی تقسیم کرده و غرض نوعی و صنفی را مطلقاً مناط مالیت دانسته‌اند و غرض شخصی را در صورتی سبب مالیت می‌دانند که آن غرض توسط عرف مستنکر نباشد (سبزواری، ٦/١٧). بنا بر این نظر هرگاه فردی به‌دلیل غرض شخصی حاضر شود برای تحصیل شیئی مانند دستخط یکی از اجدادش که در نزد عرف ارزش مالی ندارد بهایی بپردازد، آن شیء مالیت پیدا می‌کند و معامله در خصوص آن صحیح است (موسوی خلخالی، ٧٢٥).

۳. ٤. نظریهٔ مالیت، رغبت عقلایی

مناط در مالیت و ارزش اشیا، رغبت و میل عقلایی به آن‌هاست (شهیدی تبریزی، ٢٤٢/٢؛ جزایری، ٢٥/١) و عروض وصف مالیت بر اشیا ناشی از رغبتی است که به اشیا پیدا می‌شود. در واقع تمایل به یک شیء، شخص را وا می‌دارد تا در قبال تحصیل آن عوضی را پرداخت کند که همین امر سبب تحقق ارزش مبادلی برای آن شیء است و وجه تسمیهٔ نقود (درهم و دینار) به مال نیز ناشی از همین میل و رغبتی است که به آن‌ها وجود دارد (سند، کتاب الطهارة، ٤٠١/١).

۳. ٥. نظریهٔ مالیت، عرضه و تقاضا

اصل تحقق مالیت و نیز مقدار آن وابسته به عرضه و تقاضاست (خمینی، المکاسب المحرمة، ٢٤٦/١). از منظر موافقان این نظریه اگر برای چیزی بازار عرضه و تقاضا ایجاد شود، آن شیء مال می‌شود و مالیت پیدا خواهد کرد و به‌محض ازبین‌رفتن تقاضا، مالیت خود را نیز از دست خواهد داد. مبتنی بر این نظریه اگر غرض سیاسی دولت یا سایر غرض‌های عقلایی به شیء فاقد منفعتی تعلق گیرد و رغبت و تقاضا برای آن شکل بگیرد، آن شیء مالیت و ارزش پیدا خواهد کرد و نزد عقلا ارزشمند و مال می‌شود (همو، همان، ٢٤٦/١).

۳. ٦. نظریهٔ مالیت، اعتبار عقلایی

مالیت، امری اعتباری عقلایی است. محقق اصفهانی معتقد است این مالیت اعتباری از اشیایی انتزاع می‌شود که انسان به آن‌ها میل و رغبت پیدا کرده و حاضر است در ازای آن‌ها چیزی پرداخت کند (١٦/١). مرحوم حکیم نیز مالیت را اعتباری عقلایی معرفی کرده است و نوعی کمیابی شیء را در تحقق مالیت برای

آن شرط می‌داند. وی مالیت را نشئت‌گرفته از اشیایی می‌داند که غرض انسان به آن‌ها تعلق گرفته است. از منظر ایشان این غرض‌مندی درخصوص اشیا در صورتی منشأ اعتبار مالیت می‌شود که علاوه بر رغبت، سبب ایجاد رقابت در دستیابی به آن و نزاع در تملک نیز شود (۳۲۵). از منظر ایشان به‌دلیل اینکه مالیت امری غیرحقیقی و صرفاً صفتی اعتباری است، غرض شخصی نیز سبب مالیت شیئی می‌شود و به این دلیل اگر غرض پادشاهی به خاکستر تعلق بگیرد و هر صاع آن را یک درهم خریداری کند، در این صورت خاکستر مالیت پیدا می‌کند (همان).

برخی دیگر از موافقان این نظریه معتقدند اگرچه نگوییم مالیت تمام اشیا، اما مالیت بسیاری از اشیا امری اعتباری است. از منظر ایشان حتی مالیت و قیمت فراوان جواهرات گران‌بها که برای زندگی انسان‌ها منفعت خاصی ندارند، جز از اعتبار، از چیز دیگری ناشی نمی‌شود (مکارم شیرازی، ۱۲).

۴. مهمترین نظریه‌های ارزش در اقتصاد

در میان اقتصاددانان نیز سه نظریۀ اصلی پیرامون منشأ ارزش وجود دارد. محور این سه نظریه را می‌توان توجه به جانب عرضه، تقاضا و تلفیق این دو دانست.

٤. ١. نظریۀ ارزش-کار (هزینۀ تولید یا نظریه‌های عینی)

بر اساس این نظریه، عامل ارزش‌زا و منشأ ارزش مبادلی اشیا، کار است و درنتیجه شیء ارزشمند هر آن چیزی است که در تولید یا تحصیل آن کاری صورت گرفته باشد. ازاین‌رو، می‌توان گفت ارزش هر چیزی جز کار متبلور در آن نیست (دنیس، ٣٤).

اسمیت معتقد است قیمت حقیقی هر کالا هزینۀ حقیقی‌ای است که برای به‌دست‌آوردن آن باید شخص متحمل شود و این هزینۀ حقیقی چیزی جز رنج و زحمتِ به‌دست‌آوردن آن کالا نیست (۲۸) و بنابراین کار سرچشمه یا علت ارزش تلقی می‌شود (میگ، ۷۷). مارکس نیز تصریح می‌کند مقیاس و معیار ارزش، کار است. او معتقد بود کارفرما با خرید نیروی کار و پرداخت دستمزد، بر نیروی کار تسلط مالکانه پیدا می‌کند و محصول او را مالک می‌شود (باربر، ۱۵۱).

بر اساس این نظریه مال هر چیزی است که تولید یا تحصیل آن کار برده باشد (یوسفی، ٤٢).

٤. ٢. نظریۀ ارزش، مطلوبیت

پیروان این نظریه، ارزش اشیا را ناشی از مطلوبیت انواع کالاها و خدمات و ارج‌نهی ذهنیِ مصرف‌کننده یا درجۀ اشتیاق افراد به مصرف می‌دانند و در واقع مبنای مالیت و ارزش اشیا را مطلوبیت قرار می‌دهند (یوسفی، ٤٢).

در این دیدگاه، ارزش مبادله‌ای بر اساس مطلوبیت و سودمندی نهایی توضیح داده می‌شود و نه بر اساس کار و بدین ترتیب، توجه از شرایط تولید به خواست‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان تغییر می‌یابد (زاهدی‌وفا، ٦٣). بر اساس این نظریه و با تأکید بر طرف تقاضا، ارزش یک شیء و میزان آن به‌طور مستقیم از مطلوبیتی اثر می‌پذیرد که افراد مختلف از آن شیء کسب می‌کنند. هر اندازه که شیئی مطلوبیت بیشتری ایجاد کند، تقاضا و رقابت برای به‌دست‌آوردن آن شیء افزایش پیدا می‌کند و درنتیجه ارزش آن نیز زیاد و زیادتر خواهد شد.

٤. ٣. نظریهٔ تلفیقی ارزش (عینی، ذهنی)

این نظریه باتوجه‌به هر دو جانب تقاضا و عرضه از یک سو، ارزش را ناشی از میزان مطلوبیت شیء در نزد مصرف‌کننده و درجهٔ اشتیاق وی به استفاده از آن شیء می‌داند و از سوی دیگر، کار انجام‌شده برای تولید و تحصیل آن شیء را در میزان ارزش مؤثر می‌شمرد. آلفرد مارشال از پیروان اصلی این نظریه است که مطلوبیت و هزینهٔ تولید را به دو تیغهٔ قیچی تشبیه می‌کند و آن‌ها را لازم و ملزوم یکدیگر می‌داند (قدیری اصلی، ۲۳۳).

۵. نظریهٔ مختار

در هریک از نظریات پیش‌گفته عاملی به‌عنوان عامل مالیت و ارزش اشیا مطرح شده است. دقت در این نظریات نشان می‌دهد برخی منشأ ارزش را در ذات اشیای خارجی جستجو می‌کنند (نظریهٔ منفعت)، گروهی دیگر ویژگی‌ها، ادراکات و احساسات انسان‌ها را منشأ آن می‌دانند (نظریهٔ احتیاج، اعتبار، مطلوبیت و رغبت)، برخی نیز منشأ آن را در رابطهٔ تبادلی انسان‌ها با یکدیگر می‌دانند (نظریهٔ عرضه و تقاضا) و گروهی نیز ارزش را در پیوند انسان با اشیا تعریف می‌کنند (نظریهٔ کار و غرض). ولی توجه به سه نکتهٔ اساسی به ارائه و تبیین نظریهٔ مختار کمک خواهد کرد:

نکتهٔ اول اینکه، ارزش مبادلی اشیا که محور بحث این نظریات است از یک سو در ارتباط تنگاتنگ با انسان و روابط اجتماعی آن‌ها با یکدیگر است و از سوی دیگر در ارتباط با اشیا و خصوصیات آن‌هاست؛ یعنی ارزش و مالیت و همچنین مراتب آن نه ذاتی اشیاست به‌معنای اینکه یک صفت واقعی شیء فی‌نفسه و قطع‌نظر از انسان باشد و نه اعتباری است به‌معنای اینکه قراردادی محض باشد و با حالت واقعی اشیا بی‌ارتباط باشد؛ بلکه صفتی است که از طرفی با حالت واقعی شیء مربوط است و از طرفی دیگر با انسان مرتبط است (مطهری، ٤٨٢/۲۰)؛ ازاین‌رو، نمی‌توان با نگاهی غیرجامع که بر نظریات پیش‌گفته غالب است، ارزش اشیا را صرفاً نتیجهٔ تحقق یکی از عوامل ارزش‌زا نظیر احتیاج، کار، منفعت، رغبت، غرض،

اعتبار یا عرضه و تقاضا معرفی کرد و وجود هریک از آن عنصر را سبب تحقق ارزش و مالیت در شیء دانست؛ زیرا ارزش مبادلی اشیا پدیده‌ای انسانی و اجتماعی است که در ضمن مبادله و به‌دلیل نیاز انسان‌ها به تبادل اشیای مختلف برای رفع احتیاجاتشان معنا پیدا می‌کند. لذا باید در تعیین منشأ مالیت و ارزش اشیا هم‌زمان سایر عناصر مرتبط با اشیای خارجی، عناصر و عوامل مرتبط با انسان، عناصر پیونددهندهٔ رابطهٔ اشیا با انسان‌ها و همچنین سایر عوامل اقتصادی و اجتماعی را دخیل دانست.

نکتهٔ دوم اینکه، دو مقولهٔ اصل ارزش و میزان آن ازنظرِ مفهومی و تحلیلی تفکیک‌پذیرند؛ ولی مبتنی بر واقعیات خارجی و روابط اجتماعی که ظرف تحقق ارزش مبادلی است، نمی‌توان آن‌ها را جدای از هم تلقی کرد، زیرا اصل ارزش و میزان آن ارتباط ناگسستنی با هم دارند و اساساً ارزش مبادلی در قالب کمیت‌های مبادلاتی کالاها ظهور و بروز دارد، درنتیجه نباید برای هریک عواملی جدا برشمرد و از تأثیر آن‌ها بر یکدیگر غفلت کرد؛ برای مثال، عنصری نظیر رغبت را نباید فقط مؤثر بر میزان ارزش دانست بلکه این عنصر در تحقق اصل ارزش مبادلی نیز مؤثر است (شهیدی تبریزی، ۲۴۲/۲؛ جزایری، ۲۵/۱)، چنانچه دربارهٔ عرضه و تقاضا بر این مطلب تصریح شده است و آن را منشأ ایجاد اصل ارزش و مؤثر در میزان آن دانسته‌اند (خمینی، المکاسب المحرمة، ۲٤٦/۱).

نکتهٔ سوم اینکه، ارزش برایند نقطه‌ای از عوامل ارزش‌زا نیست که در لحظه‌ای از زمان حادث یا ظاهر و در لحظه‌ای دیگر محو شود، بلکه مالیت و ارزش مبادلی اشیا پدیده‌ای است انسانی و اجتماعی که دارای فرایندی است خطی و جاری که تحت‌تأثیر عوامل مختلف است و در جریانی انسانی و اجتماعی و در تعامل با اشیای بیرونی ظهور و بروز پیدا می‌کند. جریان تشکیل ارزش مبادلی از احتیاج انسان‌ها به اشیای مختلف، آثار و خواص اشیا، علم انسان به منافع اشیا و میزان امکان انتفاع از آن‌ها در رفع نیازهایش آغاز می‌شود و به‌دلیل نیاز انسان‌ها به مبادله و تحت‌تأثیر عوامل مختلفی نظیر کمیابی و فراوانی کالاها، مقدار کار انجام‌شده بر روی آن‌ها، میزان مطلوبیت کالا نزد افراد مختلف، درجهٔ اشتیاق و رغبت به کالا و مبادلهٔ آن‌ها، مراحل مختلفی را طی می‌کند و در پایان با تشکیل بازار عرضه و تقاضا برای کالا، ارزش مبادلی ظهور و بروز پیدا می‌کند؛ پس در واقع تشکیل ارزش فرایندی است زنجیروار و به‌هم‌پیوسته که فقدان هر حلقه از این زنجیره، اصل مالیت و ارزش اشیا و میزان آن را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

۶. نقد نظریه‌های پیشین و تبیین نظر مختار

بررسی و نقد نظریه‌های ارزش و تبیین نظر مختار، از یک سو نیازمند توجه به تقسیمات گوناگون ارزش و تمایز اقسام آن است و از سوی دیگر، نیازمند التفات به سایر عناصر تأثیرگذار در فرایند تشکیل ارزش

است؛ ازاین‌رو، ابتدا به تبیین مهمترین اقسام ارزش می‌پردازیم که در سایر نظریه‌ها به آن‌ها کم‌توجهی شده است و در مرحلهٔ بعد مهمترین عناصر مؤثر در فرایند تشکیل ارزش را بر می‌شمریم و در این میان و در ذیل هر مبحث و ناظر به نقد نظریات پیش‌گفته و تبیین نظر مختار به نکاتی اساسی اشاره خواهیم کرد.

۶. ۱. اقسام ارزش

أ. ارزش مبادلی شأنی و فعلی: ارزش مبادلی را می‌توان به دو نوع شأنی و فعلی تقسیم کرد که غفلت از آن‌ها سبب خطا در ارائهٔ نظریات ارزش شده است. به تفکیک این دو ارزش کمتر توجه شده است و حال آنکه باتوجه‌به این تقسیم‌بندی می‌توان دو مسئلهٔ مهم را روشن کرد: ۱. مشخص شود که نظریات ارزش در خصوص منشأ ارزش شأنی یا منشأ ارزش فعلی بحث می‌کنند یا اساساً خلطی رخ داده است؟ ۲. مشخص شود تحقق ارزش مبادلی امری است دفعی یا اینکه تدریجی است و از شأنیت به فعلیت می‌رسد؟

ازاین‌رو لازم است این دو نوع ارزش تبیین شود. تمایز میان این دو را می‌توان با مقایسه سه شیء مختلف مانند گندم، یخ در زمستان و تکهٔ پارچهٔ پوسیدهٔ رهاشده در زباله! به‌خوبی درک کرد؛ توضیح اینکه، ارزش مبادلی فعلی، ارزش یک شیء در مبادلات است که از آن به‌عنوان قیمت یاد می‌کنند که در مبادلات پولی بر اساس واحدهای پولی و در مبادلات کالا به کالا بر اساس مقدار کالاهای تبادل‌شده برآورد می‌شود. تحقق این ارزش در صورتی است که کالا به مرحله‌ای از عرضه و تقاضا رسیده باشد که افراد مایل باشند برای دادوستدِ آن عوضی را پرداخت کنند؛ برای مثال، گندم دارای ارزش مبادلی فعلی است، زیرا به‌طور طبیعی در مکان‌ها و زمان‌های مختلف افراد تمایل دارند به‌ازای دریافت آن عوضی بپردازند، هرچند میزان آن متفاوت است.

اما ارزش مبادلی شأنی مخصوص اشیایی است که هرچند به‌خودی‌خود قابلیت تبادل و ارزش مبادلی را دارند ولی در شرایط زمانی و مکانی خاص به دلایل مختلفی این قابلیتِ تبادل به فعلیت نرسیده است و افراد فعلاً حاضر نیستند و تمایل ندارند عوضی در قبال آن پرداخت کنند. مثال رایج این نوع ارزش مبادلی را می‌توان یخ در زمستان یا یخ در مناطق قطبی دانست، هرچند در فقه از آن به‌عنوان شیئی بی‌ارزش که دارای مالیت نیست یاد می‌شود (بجنوردی، ۲۸/۲). این در حالی است که یخ در شرایط خاص زمانی (زمستان) و مکانی (قطب)، فاقد ارزش مبادلی فعلی است، ولی اگر به منطقه‌ای گرم منتقل شود دارای ارزش مبادلی فعلی بسیار زیادی می‌شود؛ به‌عبارتی دقیق‌تر، ارزش مبادلی شأنیِ آن به فعلیت می‌رسد. در واقع ارزش مبادلی شأنی، ارزشی نهفته در کالاست که صلاحیت ظهور و فعلیت آن در شرایط خاص مهیاست.

ارزش مبادلی شأنی در کالاهایی است که هرچند به‌خودی‌خود صلاحیت مبادله‌شدن را دارا هستند و می‌توانند با حضور در بازار عرضه و تقاضا ارزش مبادلیِ فعلی پیدا کنند، ولی به دلایلی عارضی نظیر

شرایط مکانی و زمانی فعلاً مبادله نمی‌شوند و ارزش مبادلی فعلی ندارند.

برای تأیید وجود این نوع ارزش در برخی اشیا می‌توان مقایسه‌ای انجام داد میان کالای دارای ارزش مبادلی شأنی با شیئی بی‌ارزش مانند تکه‌ای پارچۀ پوسیدۀ رهاشده در زباله یا جسد آلودۀ حیوانی مرده در بیابان!! که طبیعتاً هیچ منفعتی ندارد و رغبتی به آن نیست. به‌طور واضح میان این اشیا تفاوت است، یخ با انتقال از منطقه‌ای سردسیر به منطقه‌ای گرمسیر به‌طور طبیعی شأنیت تبادلش به فعلیت می‌رسد ولی آن دو شیء دیگر (پارچۀ پوسیده و مردار آلوده) در شرایط طبیعی به‌دلیل فقدان منفعت و عدم‌رغبت به آن اساساً هیچ‌گونه شأنیت مبادله ندارند تا با تغییر شرایط به فعلیت برسند که البته اگر شأنیت تبادل را می‌داشتند، ارزش شأنی‌داشتنِ آن‌ها و فعلیت آن نیز متصور بود. در واقع بر اساس این تقسیم‌بندی باید اشیا ازنظرِ داشتن ارزش مبادلی به‌جای تقسیم ثنایی، به اینکه یا ارزش مبادلی دارند یا ندارند به سه قسم تقسیم شوند: ۱. اشیای دارای ارزش مبادلی فعلی؛ ۲. اشیای دارای ارزش مبادلی شأنی؛ ۳. اشیای بی‌ارزش (نه شأنی و نه فعلی).

باتوجه‌به اینکه مال را با مالیت آن می‌شناسند یکی از ثمرات مهم تقسیم فوق تغییر نگاه متواطی و غیرمشکک به مال است؛ یعنی همان‌گونه که مالیت را به دو قسم شأنی و فعلی تقسیم کردیم مال نیز به شأنی و فعلی منقسم می‌شود؛ یعنی مالیت و مال دارای دو مرتبۀ شأنی و فعلی هستند و ازاین‌رو ممکن است شیئی دارای ارزش مبادلی فعلی نباشد ولی به‌دلیل دارابودن ارزش مبادلی شأنی، مالی شأنی باشد؛ مانند یخ در زمستان و آب کنار رودخانه.

تقسیم فوق و شرایطی که برای به فعلیت‌رسیدن ارزش شأنی نیاز است، نشانی بر تدریجی‌بودن ظهور ارزش نیز است؛ یعنی می‌توان تحقق مالیت اشیا را دارای مراتب و امری تدریجی دانست، چنانچه مال‌شدن آب کنار رودخانه امری تدریجی و وابسته به دورشدن از رودخانه است، به‌گونه‌ای که با افزایش مسافت بر مالیت آن نیز افزوده می‌شود (ایروانی نجفی، ۱٦٥/۱).

تقسیم مال به شأنی و فعلی بر اساس تحلیل فوق در میان فقها سابقه‌ای ندارد، هرچند بر التفات برخی فقها راجع به اهمیت و نیاز به این تقسیم‌بندی قراینی موجود است؛ برای مثال، برخی در توجیه قول به معاوضه‌بودن مضاربه، آن را معاوضۀ دو مال شأنی، ربح سرمایۀ مالک با عمل عامل دانسته‌اند و در توضیح مراد از شأنی‌بودن آن دو گفته‌اند که در آغاز مضاربه هیچ‌یک از ربح سرمایه و عمل عامل تحقق خارجی پیدا نکرده‌اند تا عنوان مال فعلی بر آن‌ها صادق باشد (اشتهاردی، ۳۹/۲۸). برخی دیگر، از دو نوع مال بالقوه و فعلی سخن به میان آورده‌اند؛ ایشان عمل عبدی که در خارج محقق نشده است را نوعی مال بالقوه دانسته‌اند که وقتی در خارج انجام پذیرد به فعلیت می‌رسد و مالیت پیدا می‌کند و لذا اگر کسی عبدی را به

ناحق حبس کند و سبب اتلاف عمل عبد و عدم‌فعلیتش شود، ضامن است؛ زیرا مالِ بالقوه مانند عمل عبد قبل از انجام نیز مشمول ادلهٔ ضمان است (رحمانی، ۱۱و۲۷۲/۱۲).

باید دقت شود که مقسم در تقسیمی که توسط این دسته از فقها بیان شده است خود اموال است و نه مالیت آن‌ها. مطابق تعریف این دسته از فقها، مال فعلی، مالی است که تحقق خارجی دارد؛ مانند یک ساعت عمل انجام‌شدهٔ عبد و مال شأنی، مالی است که تحقق بالفعل خارجی ندارد؛ مانند عمل انجام‌نشدهٔ عبد به‌سبب حبس‌شدن او، درحالی‌که در خود ارزش را می‌توان به ارزش شأنی و فعلی تقسیم کرد. این تفاوت مقسم بسیار مهم است؛ زیرا شأنی و فعلی در این دو تقسیم ملازم هم نیستند همان طور که با مطالب پیش‌گفته مشخص می‌شود که گاهی شیئی با اینکه فعلیت خارجی دارد اما ارزش مبادلی شأنی دارد (مانند یخ در زمستان) و بالعکس گاهی شیئی که فعلیت خارجی ندارد ولی ارزش مبادلی فعلی دارد و مبادله هم روی آن صورت می‌پذیرد (مانند مبیع‌های کلی در بیع سلف)

ب. ارزش عینی و ذهنی: ارزش عینی همان منافع و ویژگی‌هایی است که یک شیء مستقل از تصورات ذهنی انسان‌ها داراست و وجود آن به علم و آگاهی انسان‌ها بستگی ندارد؛ مانند خواص دارویی بسیاری از گیاهان بیابانی که ممکن است انسان‌ها به آن جهل داشته باشند.

ارزش ذهنی وابستگی کامل به درک و تصور ذهنی افراد راجع به شیئی دارد و ارج و جایگاهی است که یک شیء در نزد افراد پیدا کرده است. این ارزش بیانگر حالتی نفسانی و روانی از اهمیت، جایگاه و مطلوبیت یک شیء نزد شخص است که تحت‌تأثیر نیاز و احتیاجی است که فرد به آن شیء دارد، به‌گونه‌ای که تقاضای افراد برای به‌دست‌آوردن شیئی نیز متناسب با این ارزش و مطلوبیت تعیین می‌شود؛ برای مثال، میزان تقاضای مصرف دوغ یا نوشابه بستگی به میزان ارزش و مطلوبیتی دارد که افراد در خصوص مصرف هریک دارند.

باید بدانیم که غالباً این ارزش عینی است که منشأ ایجاد ارزش ذهنی می‌شود؛ یعنی افراد به‌دلیل آگاهی بر ارزش عینی اشیا برای آن‌ها ارجی ویژه قائل می‌شوند و هم‌زمان ارزش ذهنی نیز شکل می‌گیرد؛ هرچند گاهی به دلایل مختلفی نظیر جهل انسان به خواص اشیا، اشیائی با ارزش عینی فراوان، ارزش ذهنی پیدا نمی‌کنند و درنتیجه رغبتی که زمینه‌ساز تمایل به تبادل اشیا و شکل‌گیری ارزش مبادلی است محقق نمی‌شود.

نظریه‌هایی که منفعت اشیا را منشأ ارزش مبادلی دانسته‌اند در واقع ارزش عینی را منشأ ارزش می‌دانند و حال آنکه ارزش عینی به‌خودی‌خود تا با ارزش ذهنی که معلول علم به آن منافع است همراه نشود سبب رغبت و تقاضا به شیء نمی‌شود و درنتیجه زمینهٔ تبادلی نیز محقق نمی‌شود تا ارزش مبادلی ایجاد شود،

همچنان که نظریاتی که رغبت را منشأ ارزش مبادلی می‌دانند به ارزش ذهنی که زمینه‌ساز رغبت به کالاست توجه کرده‌اند و حال آنکه ارزش ذهنی و رغبتی که مترتب بر آن است تا به مرحلۀ طلب و تقاضا نرسد سبب فعلیت ارزش مبادلی نمی‌شود.

در واقع منفعت یا ارزش عینی و رغبت که معلول ارزش ذهنی است، ارزش مبادلی شأنی ایجاد می‌کنند، ولی ارزش مبادلی فعلی نیازمند سایر عناصر است که در ادامه بیان خواهد شد.

ج. ارزش اعتباری و ارزش حقیقی: ارزش اعتباری به اعتبار و قرارداد معتبِر وابسته است و اگر معتبر ارزش آن را سلب کند آن شیء نیز ارزش خود را از دست می‌دهد. ارزش تمبرهای نامه یا اسکناس‌های فیات امروزی نمونه‌ای از این نوع ارزش است.

اما ارزش حقیقی ارزشی متعلق به نفس شیء است که ورای اعتبار و قرارداد در شیء وجود دارد و نشانی از ارزش مصرفی آن است؛ مانند ارزش یک تکۀ نان تازه که گرسنگی را مرتفع می‌سازد. این دو ارزش جمع‌شدنی‌اند و برخی اشیا علاوه بر ارزش حقیقی، ارزش اعتباری نیز دارند؛ مانند پول‌های کالایی نظیر برنج، نمک و چایی که در گذشته به‌عنوان پول رواج داشته‌اند و علاوه بر داشتن ارزش حقیقی و مصرفی، به‌سبب پول‌شدن ارزشی اعتباری نیز کسب کرده‌اند.

دانستیم مبتنی بر برخی نظرات، ارزش مبادلی امری اعتباری معرفی شده است. در راستای فهم این نظر باید بدانیم اساساً چه اموری معتبر هستند؟ آیا می‌توان برای آب اعتبار زبری کرد و برای آتش اعتبار خیسی! ؟ یقیناً این‌گونه نیست که هر اعتباری صحیح باشد، زیرا اعتبارِ اموری برخلاف طبیعت و تکوین اشیا اساساً بی‌معناست؛ چنانچه اعتباری غیرعقلایی که عرف عقلاً آن را نمی‌پسندد و منفعتی بر آن مترتب نمی‌داند به سرانجام نمی‌رسد.

در همین راستا باید به این پرسش پاسخ داد که آیا ارزش مبادلی می‌تواند مطلقاً امری اعتباری باشد؟ و به‌عبارتی دیگر، اساساً نزد موافقان اعتباری‌بودن ارزش مبادلی، معتبَر (آنچه اعتبارشده) چه چیزی است؟

اگر مراد، عملیات مبادله است که مبادله و جابه‌جایی دو شیء امری حقیقی است و ناشی از نیاز انسان به تعامل اجتماعی در رفع مشکلات خود است و اعتباری‌بودن آن بی‌معناست. کالاهایی هم که مبادله می‌شوند؛ مانند میوه، غذا، سنگ و... اشیائی خارجی‌اند که از منظر وجودی، وجودی تکوینی و طبیعی دارند و نیازی به اعتبار در وجود ندارند و منافع و فواید آن‌ها نیز مرتبط با ویژگی‌ها و خصوصیات وجودی آن‌هاست و اعتباربردار نیست.

اگر منظور اعتباری‌بودن میزان ارزش مبادلی کالاهاست که مثلاً یک کیلو پرتقال چند واحد پولی قیمت دارد یا معادل چند کیلو سیب است، این معنا نیز نمی‌تواند مقبول باشد؛ زیرا ارزش پولی کالاها یا میزان

برابری کالایی با سایر کالاها معلول عوامل واقعی نظیر فراوانی و کمیابی کالاها، منافع و کیفیت کالاها، درجهٔ رغبت و رقابت افراد در خصوص کالاها و میزان عرضه و تقاضای آن است.

ممکن است مراد از اعتباری‌بودن ارزش مبادلی، اعتباری‌بودن پول باشد؛ یعنی چون پول امری اعتباری است، ازاین‌رو ارزش مبادلی نیز که غالباً با واحد پول اندازه‌گیری می‌شود امری اعتباری خواهد بود. اعتباری‌بودن پول مخصوصاً در اسکناس‌های فیات امری پذیرفتنی است؛ اما رابطهٔ ارزش مبادلی با پول رابطهٔ شیء با واحد اندازه‌گیری آن است و لذا اگر واحد اندازه‌گیری شیئی اعتباری باشد دلیلی بر آن نیست که آن شیء نیز خود اعتباری باشد؛ مانند واحد کیلوگرم برای اندازه‌گیری اجرام که امری اعتباری است ولی خود اجرام اموری حقیقی‌اند.

بنا بر مطالب پیش‌گفته می‌توان نظریهٔ اعتباری‌بودن مالیت را در محدودهٔ اشیایی نظیر پول، تمبر و سفته پذیرفت، ولی اعتباری‌بودن ارزش مبادلی کالاهای غیرپولی مانند میوه‌ها و غذاها معنای محصَّلی ندارد؛ یعنی هرچند در خصوص پول و خصوصاً پول کاغذی شاید بتوان گفت ارزش مبادلی اعتباری دارد، اما دربارهٔ بسیاری از اشیا مانند میوه‌ها و غذاها نمی‌توان گفت که ارزش اعتباری دارند (مطهری، ۴۸۲/۲۰). باتوجه‌به این نکته برخی ارزش مبادلی و مالیت را به دو نوع اعتباری و ذاتی تقسیم کرده‌اند و منشأ مالیت اشیای دارای منفعت مانند خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها که طبیعتاً انسان محتاج آن‌هاست، ذاتی اشیا می‌دانند و منشأ ارزش پول، تمبر و امثال آن را اعتبار می‌دانند. (روحانی، ٤٦)

بنابراین باید ارزش مبادلی و مالیت اشیا را به دو قسم اعتباری و حقیقی تقسیم کنیم و نباید مانند نظریهٔ اعتبار آن را صرفاً اعتباری معرفی کنیم یا در مقابل مانند برخی دیگر، مالیت را ذاتی اشیا و صرفاً معلول منافع موجود در شیء بدانیم (خویی، ۱۱۲/۱).

٦. ۲. عناصر مؤثر در فرایند تشکیل ارزش

أ. احتیاج انسان‌ها: ضعف جسمی و روحی انسان از یک سو و محدودیت‌هایی که انسان در بهره‌مندی و بهره‌برداری از سایر مخلوقات و مخصوصاً طبیعت پیرامون خود با آن مواجه است، آدمی را موجودی نیازمند قرار داده است. از اموری که با تشکیل اجتماع و گسترش روابط اجتماعی مدِّنظر بشر قرار گرفته است مسئلهٔ مبادله و معامله با دیگران به‌منظور تأمین نیازهاست (سبحانی، ۱۱).

مبادله، ظرف تحقق ارزش مبادلی است؛ بنابراین احتیاج انسان‌ها که خاستگاه مبادله است می‌تواند به‌عنوان منشأ ارزش مبادلی مدِّنظر قرار گیرد و بر همین اساس است که برخی در نظریهٔ مالیت خویش، احتیاج انسان را منشأ مالیت دانسته‌اند؛ ولی باید دانست احتیاج به شیء تا به مرحلهٔ رغبت و طلب نرسد نمی‌تواند سبب فعلیت ارزش مبادلی شود، لذا احتیاج ازجمله عوامل مؤثر در فرایند تشکیل ارزش مبادلی

است به‌گونه‌ای که اشیای مورد احتیاج انسان شأنیت آن را پیدا می‌کنند تا مبادله شوند و ارزش مبادلی فعلی پیدا کنند.

ب. منافع اشیا و علم به آن‌ها: بسیاری از اشیای پیرامون ما به‌دلیل دارابودن خـواص و منـافع مختلـف مورد انتفاع و بهره‌برداری انسان قرار می‌گیرند. همان‌گونه که گذشت این منافع همان ارزش عینی اشیاست و مستقل از درک و علم انسان‌ها در طبیعت آن‌ها نهفته است. در راسـتای تحلیـل فراینـد تشـکیل ارزش بایـد دانست که هرچند منفعت (ارزش عینی) شرط لازم برای داشـتن ارزش مصـرفی اسـت و همچنـین سـبب ایجاد ارزش مبادلی شأنی برای شیء می‌شود ولی نباید آن را شرط کافی یـا حتـی لازم بـرای ارزش مبـادلی فعلی دانست؛ توضیح اینکه، ارزش مصرفی اشیا معلول وجود منافع یا همان ارزش عینی است؛ یعنـی اگـر شیء دارای منافع نباشد ارزش مصرفی‌داشـتن بـرای آن بی‌معناسـت، زیـرا دانسـتیم ارزش مصـرفی همـان مطلوبیت، بهره و لذتی است که به‌دلیل بهره‌مندی از منافع آن شیء برای مصرف‌کننده حاصل می‌شود.

ارزش مبادلی شأنی نیز معلول منافع شـیء و ارزش عینـی آن‌هاسـت؛ یعنـی هـر شـیء دارای منفعـت صلاحیت دارد تا مبادله شود و در قبالش عوضی به‌عنوان ثمن قرار گیرد، ولی ایـن ارزش شـأنی در صـورتی به فعلیت می‌رسد که منفعت با عناصری دیگر نظیر احتیاج و رغبت به آن اشیا همراه شـود. در واقـع ارزش مبادلی فعلی اشیا نمی‌تواند صرفاً ناشی از منافع موجود در شیء باشد و منفعت‌داشتن به‌تنهایی، ایجادکنندهٔ ارزش اقتصادی یا مبادلی نیست، بلکه یک شیء برای آنکه بتواند ارزش مبادلی فعلی پیدا کند باید علاوه بر منافعی که دارد ویژگی‌های دیگری را نیز دارا باشد؛ نظیر اینکه آن شیء مورد حاجت و رغبت باشد، کمیابیِ نسبی داشته باشد و وافر و رایگان نباشد، قابلیت اختصاص داشته باشد و تقاضا و عرضه برای آن شکل گیرد (مطهری، ۲۰/٤٤۰؛ یوسفی، ٤٥)، پس منفعت شرط کافیِ ارزش مبادلی فعلی نیست.

منفعت شیء شرط لازم ارزش مبادلی هم نیست؛ زیرا گاهی شیء دارای منفعت خـاص عینـی نیسـت ولی در مبادلهٔ آن غرض و منفعتی نهفته است که موجب می‌شود تا مبادلهٔ آن عقلایی شود و درنتیجه نـه‌تنها دارای ارزش مبادلی شأنی شود، بلکه ارزش مبادلی فعلی نیـز پیـدا کنـد؛ ماننـد زمـانی کـه حکومت‌هـا و دولت‌ها برای کمک به نظافت و زیبایی بیشتر شهر یا هر غرض عقلایی دیگر به خرید خاکستر یـا زبالـه از مردم روی آورند که این کار سبب حصول ارزش مبادلی برای اشیای فاقد منفعت می‌شود (حکـیم، ۳۲۵)، لذا مبادلهٔ اشیای فاقد منفعت نیز اگر غرضی عقلایی داشته باشد و منفعتی در مبادلهٔ آن‌ها باشـد، مبادلـه‌ای صحیح است (خمینی، المکاسب المحرمة، ۲٤٦/۱).

علاوه بر منافع، از نقش علم به منافع در فرایند تشکیل ارزش مبادلی نیز نباید غافل شد. علم به منافع از شروط لازم در تحقق ارزش ذهنی و درنتیجه حصول رغبت به یک شیء و طلب آن است؛ یعنی تا انسـان‌ها

به منفعت شیئی یا منفعت مبادلهٔ آن علم نداشته باشند ارزشی نیز برای آن شیء قائل نمی‌شوند و درنتیجه حاضر نخواهند شد آن را تبادل کنند و در قبالش چیزی پرداخت کنند و ازاین‌رو آن شیء فاقد ارزش مبادلی فعلی باقی خواهد بود.

ج. اغراض انسان‌ها و انواع آن: انسان برای برطرف‌کردن نیازهای خود از اشیای پیرامون خود بهره می‌برد و برای دستیابی به آن‌ها تلاش می‌کند. انسان‌ها از دستیابی به اشیا، اغراض و اهداف متفاوتی دارند. چنانچه گذشت در یک دسته‌بندی کلی می‌توان اغراض را ازنظرِ اشیائی که موضوع و متعلَّق غرض قرار می‌گیرند به سه قسم نوعی، صنفی و شخصی تقسیم کرد (سبزواری، ٦/١٧؛ موسوی خلخالی، ۷۲۵). اغراض نوعی، اغراضی هستند که انتفاع از متعلق آن‌ها در نوع انسان‌ها مشترک است؛ مانند غرض انسان‌ها در رفع گرسنگی و تشنگی که در دستیابی به آب یا نان دارند. متعلَّق اغراضِ نوعی، به‌دلیل فراگیری نیاز به آن‌ها، در فرایند مبادلات دارای جایگاه ویژه‌ای در بهره‌مندی از ارزش مبادله‌ای است.

غرض صنفی غرضی است که انتفاع از متعلَّق آن‌ها ویژهٔ صنف خاصی است. سنگ‌های فسیلی کهن، تابلوهای هنری و کتاب‌های خطی پیشینیان از این دسته اشیاءاند که اغراض گروه خاصی را تأمین می‌کنند.

در غرض شخصی، غرض فرد به شیئی خاص تعلق می‌گیرد، به‌گونه‌ای که آن شیء صرفاً توسط فرد یا افراد معدودی تقاضا می‌شود و شخص حاضر است به‌دلیل غرض شخصی برای تحصیل آن شیء بهایی هنگفت بپردازد. غرض فرد در دستیابی به دستخط یکی از اجداد خویش ازجمله این اغراض است (سبزواری، ٦/١٧).

موافقان نظریهٔ ارزش–غرض نیز معتقدند اغراض نیز در تشکیل ارزش مبادلی نقش آفرین‌اند؛ زیرا اغراض از عوامل ایجاد تقاضا هستند و تقاضا نیز به‌نوبهٔ خود زمینه‌ساز تشکیل بازار عرضه و تقاضا و تحقق ارزش مبادلی است.

اما نکتهٔ مهم در این باب اینکه متعلَّق اغراض و اهداف انسانی غالباً اموری هستند که یکی از نیازهای مادی یا غیرمادی انسان را برطرف می‌کنند؛ اما باید مدِّنظر داشت که غرض افراد صرفاً به اشیا و به‌دلیل نافع‌بودن آن‌ها تعلق نمی‌گیرد، بلکه گاهی غرض نه به شیء بلکه به مبادلهٔ آن تعلق می‌گیرد؛ یعنی ممکن است شیء هیچ نفعی نداشته باشد، بلکه مضرّ نیز باشد ولی برای جمع‌آوری و نابودکردن آن خریدوفروش شود؛ ازاین‌رو نباید متعلق غرض را منحصر در شیء و منافع آن دانست، بلکه اگر منفعتی بر خود مبادله نیز مترتب باشد، آن شیء عرفاً مال به شمار می‌آید (خمینی، المکاسب المحرمة، ١/٢٤٤).

د. رغبت: رغبت از عناصر مهمی است که در تحلیل فرایند تشکیل ارزش باید مدِّنظر قرار گیرد، همچنان که در کلمات برخی فقها نیز اشاراتی به آن شده است (حکیم، ۳۲۵؛ خمینی، المکاسب

المحرمة، ٢٤٤). رغبت حالتی روانی و نفسانی است که راجع به شیئی در انسان ایجاد می‌شود و در این حالت وی گرایش و تمایل به دستیابی به شیئی پیدا می‌کند. این حالت برای شخص در خصوص هر شیئی ایجاد نمی‌شود، بلکه این منافع شیء است که سبب ایجاد رغبت می‌شوند (طباطبایی قمی، ١١٢/١) و به‌عبارتی دیگر، هرگاه شیئی بتواند غرضی از اغراض آدمی را تأمین کند مورد رغبت وی قرار می‌گیرد (حکیم، ٣٢٥؛ خمینی، المکاسب المحرمة، ٢٤٤/١).

رغبت در فرایند تشکیل ارزش نقشی اساسی دارد، زیرا قادر است منشأ طلب و تقاضای اشیا شود. در واقع رغبت مانند غرض زمینه‌ساز شکل‌گیری عنصر مهم تقاضا در بازار می‌شود. تقاضا در کنار عرضه، یکی از دو رکن اساسی در شکل‌گیری مبادله‌ای است که ارزش مبادلی در ذیل آن تعریف می‌شود و به‌تعبیر شهید صدر فائدۀ استعمالی پایۀ رغبت و تمایل است و رغبت و تمایل به کالا سرچشمۀ ارزش مبادلی و مالیت است (صدر، ١٩٧). بر این اساس منافع شیء و رغبت به آن‌ها که تضمین‌کنندۀ ارزش مبادلی شأنی کالاهاست سبب ایجاد تقاضا برای آن شیء می‌شود و اگر سایر عناصر دیگر از قبیل کمیابی نسبی و طرفِ عرضه نیز موجود باشند، شیء دارای ارزش مبادلی فعلی می‌شود و در غیر این صورت نمی‌توان با نظریۀ مالیتِ رغبت همراه شد و صرفاً رغبت را منشأ ایجاد ارزش مبادلی در اشیا دانست.

هـ. تقاضا و عرضه: از مهمترین عناصری که در فرایند شکل‌گیری ارزش برای شیئی باید مدِّنظر قرار گیرد تقاضا و طلب است. تقاضا از عناصر تأثیرگذار در روابط اقتصادی است و همراه با عرضه سبب شکل‌گیری بازار مبادلات می‌شوند. اگر تقاضا برای شیئی ایجاد نشود و کسی خواستار آن نباشد اساساً مبادله‌ای رخ نمی‌دهد تا ارزش مبادلی برای یک شیء معنا داشته باشد. به همین دلیل است که برخی مانند امام خمینی ارزش مبادلی را هم ازنظرِ اصل وجود و هم ازنظرِ میزان آن تابع تقاضا و عرضه آن شیء می‌دانند (خمینی، المکاسب المحرمة، ٢٤٦/١).

بنابراین تقاضا درصورتی‌که با عرضه همراه شود منشأ ارزش مبادلی خواهد بود و در این صورت است که شیء ارزش فعلیِ مبادلی پیدا خواهد کرد. در این راستا باید بدانیم هر تقاضایی با عرضه پاسخ داده نمی‌شود، زیرا گاهی آنچه مورد تقاضاست مانند نور و هوا وافر و فراوان است و به‌سهولت قابل دسترسی است و عرضه برای آن بی‌معناست. برای شکل‌گیری تقاضا و عرضه باید آن شیء از کمیابیِ نسبی برخوردار باشد، همچنان که قابلیت مملوکیت و قابلیت اختصاص نیز در شکل‌گیری عرضه مهم است؛ یعنی ممکن است شیئی تقاضا شود اما نتوان آن را به کسی اختصاص داد؛ مانند باران و نسیم که در این صورت نیز عرضه و تقاضایی به وجود نمی‌آید تا ارزش مبادلی شکل بگیرد (مطهری، ٤٤١/٢٠).

بنابراین باید پذیرفت وجود عرضه و تقاضا، علامت و نشانی خوب بر وجود تمام عناصر و شرایط لازم

برای ظهور و فعلی‌شدن ارزش مبادلی است؛ یعنی هرجا تقاضا و عرضه یا بازار مبادلات به پا شود، ارزش مبادلی فعلی نیز شکل می‌گیرد. اما باید دقت کرد که نباید به اشتباه عرضه و تقاضا را منشأ ارزش مبادلی دانست، بلکه شکل‌گیری تقاضا و عرضه خود فرایندی است که معلول عوامل و عناصر متعددی است که همگی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در شکل‌گیری ارزش مبادلی فعلی و میزان آن مؤثرند.

از مجموعه مطالب پیش‌گفته مشخص می‌شود که از سویی غفلت از تقسیمات مختلف ارزش و از سوی دیگر، توجه‌نکردن به عناصر مؤثر در فرایند شکل‌گیری ارزش سبب بروز اختلافات و اشتباهات در ارائهٔ نظریات ارزش شده است و برای ارائهٔ نظریه‌ای صحیح در این باب نیازمند توجه به این دو امر (اقسام ارزش، عناصر مؤثر در تحقق ارزش) هستیم.

نتیجه‌گیری

توجه به اقسام ارزش و تحلیل خطی از فرایند تشکیل آن، دو نکتهٔ مهم راجع به نظریه‌های ارزش نمایان می‌سازد: اول اینکه، به‌دلیل عدم‌تأکید بر تمایز اقسام ارزش، به‌ویژه ارزش شأنی و فعلی، ارزش عینی و ذهنی و همچنین ارزش اعتباری و حقیقی، میان منشأ ارزش مبادلی فعلی با منشأ سایر اقسام ارزش خلط شده است؛ دوم اینکه، در این نظریات به ارزش به‌عنوان پدیده‌ای لحظه‌ای و درنتیجه برایندی نقطه‌ای از تحقق عواملی خاص نظر شده است و حال آنکه تشکیل ارزش مبادلی در ضمن فرایندی جریان‌مند شکل می‌گیرد. این ارزش در بستر زمان و با طی مراحلی مختلف و تحت‌تأثیر عوامل و عناصر گوناگون در هر مرحله، مرتبه‌ای از مراتبش به فعلیت می‌رسد و شرطی از شرایط بروز آن محقق می‌شود. در واقع فعلیت ارزش مبادلی شأنی معلول فرایندی خطی و تحت‌تأثیر عناصر متعددی نظیر احتیاج، منفعت، علم، رغبت، غرض، کمیابی، کار، عرضه و تقاضاست و نمی‌توان آن را برایندی نقطه‌ای و معلول عامل یا عوامل خاص در لحظه‌ای از زمان دانست.

بر اساس نظریهٔ مختار نیز مشخص می‌شود که همان‌گونه که ارزش مبادلی دارای دو رتبهٔ شأنی و فعلی است، مال نیز دارای مراتب شأنی و فعلی خواهد بود و اشیای بی‌ارزش می‌توانند در فرایندی خطی از مال نبودن به مال تبدیل شوند و با طی فرایندی مالیت و ارزش مبادلی پیدا کنند.

منابع

اسمیت، آدام، ثروت ملل، ترجمهٔ سیروس ابراهیم‌زاده، تهران: پیام، ۱۳۵۷.

اشتهاردی، علی‌پناه، مدارک العروة، چاپ‌اول، تهران: دار الأسوة، ۱۴۱۷ق.

اصفهانی، محمدحسین، حاشیهٔ کتاب المکاسب، چاپ‌اول، قم: انوار الهدی، ۱۴۱۸ق.

انصاری، مرتضی‌بن‌محمدامین، کتاب المکاسب، به‌تحقیق محمد کلانتـر، چاپ‌سـوم، قـم: مؤسسـهٔ مطبوعـاتی دار الکتاب، ۱۴۱۰ق.

ــــــــــــــــــــــ، کتاب المکاسب، چاپ‌اول، قم: کنگرهٔ جهانی بزرگداشـت شـیخ اعظـم انصـاری، ۱۴۱۵ق.

امامی، سید حسن، حقوق مدنی ، ۶ جلد، تهران، انتشارات اسلامیة، بی‌تا

ایروانی نجفی، محمدباقر، حاشیة المکاسب، چاپ‌اول، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۴۰۶ق.

باربر، ویلیام، سیر اندیشه‌های اقتصادی، ترجمهٔ حبیب‌الله تیموری، تهران: انتشارات آموزش انقلاب، ۱۳۷۰.

بجنوردی، حسن، القواعد الفقهیة، چاپ‌اول، قم: هادی، ۱۴۱۹ق.

تبریزی، جواد، استفتائات جدید، چاپ‌اول، قم: دفتر آیت‌الله تبریزی، بی‌تا.

توانایان – فرد، حسن؛ فرهنگ تشریحی اقتصادی؛ تهران: نشر الکترونیکي و اطلاع رساني جهان رایانه؛ ۱۳۸۵

زائری، محمدجعفر، هدی الطالب فی شرح المکاسب، چاپ‌اول، قم: دار الکتاب، ۱۴۱۶ق.

حسینی عاملی، محمدجوادبن‌محمد، مفتاح الکرامة فی شرح قواعد العلامة، چاپ‌اول، قم: دفتر انتشارات اسـلامی، ۱۴۱۹ق.

حکیم، سیدمحسن، نهج الفقاهة، چاپ‌اول، قم: ۲۲ بهمن، بی‌تا.

خمینی، روح‌الله، المکاسب المحرمة، چاپ‌اول، قم: مؤسسهٔ تنظیم و نشر آثار امام خمینی قدس سره، ۱۴۱۵ق.

ــــــــــــ، نجاة العباد، چاپ‌اول، تهران: مؤسسهٔ تنظیم و نشر آثار امام خمینی قدس سره، ۱۴۲۲ق.

خویی، ابوالقاسم، مصباح الفقاهة: المکاسب، بی‌جا: توحیدی، بی‌تا.

دنیس، هانری، ارزش، ترجمهٔ ب کیوان، تهران: نوبهار، ۱۳۵۸.

دهخدا، علی اکبر، لغت نامه، تهران، مؤسسه دهخدا، ۱۳۵۹

رحمانی، محمد، قاعده اتلاف، مجلهٔ فقه اهل البیت علیهم السلام سال ۱۳۷۶، ش ۱۱و۱۲ ،صص۲۴۰تا۲۲۷۹

روحانی، صادق، المسائل المستحدثة، بی‌جا: بی‌نا، بی‌تا.

زاهدی‌وفا، محمدهادی و باقری علی، «تحلیلی بر نظریهٔ ارزش و توزیع در اقتصادنا»، دو فصلنامهٔ مطالعات اقتصـاد اسلامی، س۷، ش۱۳، پاییز و زمستان۱۳۹۳ ،صص٥٧تا٨٦..

ژید، شارل و شارل ریست، تاریخ عقاید اقتصادی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۰.

سبحانی، حسن، نگرشی بر تئوری ارزش، تهران: امیرکبیر، ۱۳۶۹.

سبزواری، عبدالأعلی، مهذب الأحکام، چاپ‌چهارم، قم: المنار، ۱۴۱۳ق.

سند، محمد، سند العروة الوثقی: کتاب الطهارة، چاپ‌اول، قم: صحفی، ۱۴۱۵ق.

ـــــــــــــ، سند العروة الوثقی: کتاب النکاح، چاپ‌اول، قم: فدک، ۱۴۲۹ق.

شهیدی تبریزی، میرفتاح، هدایة الطالب الی اسرار المکاسب، چاپ‌اول، تبریز: اطلاعات، ۱۳۷۵.

صاحب‌جواهر، محمدحسن‌بن‌باقر، جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام، چاپ‌هفتم، لبنان: دار إحیاء التراث العربی، ۱۴۰۴ق.

صدر، محمدباقر، اقتصادنا، چاپ‌اول، قم: دفتر تبلیغات اسلامی شعبهٔ خراسان، ۱۴۱۷ق.

طباطبایی قمی، تقی، عمدة المطالب فی التعلیق علی المکاسب، چاپ‌اول، قم: کتاب‌فروشی محلاتی، ۱۴۱۳ق.

علامه حلی، حسن بن یوسف، تذکرة الفقهاء (ط - القدیمة)، قم، مؤسسه آل البیت علیهم السلام،۱۳۸۸ ق

علامه حلی، حسن‌بن‌یوسف، تذکرة الفقهاء، چاپ‌اول، قم: آل‌البیت(ع)، ۱۴۱۴ق.

علینقی لنگری، محمدامین، الگوی مطلوب سود بانکی در نظام بانکداری اسلامی بر اساس آموزه‌های فقه امامیه، پایان‌نامهٔ دکتری رشتهٔ مدیریت مالی به راهنمایی غلام رضا مصباحی مقدم، تهران: دانشگاه امام صادق، ۱۳۹٤.

قدیری اصلی، باقر، سیر اندیشهٔ اقتصادی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۶۸.

گلپایگانی، محمدرضا، بلغة الطالب فی التعلیق علی بیع المکاسب، چاپ‌اول، قم: خیام، ۱۳۹۹.

مطهری، مرتضی، مجموعهٔ آثار شهید مطهری، تهران: صدرا، ۱۳۸۷.

مقدس اردبیلی، احمدبن‌محمد، مجمع الفائدة و البرهان فی شرح ارشاد الأذهان، چاپ‌اول، قم: دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۰۳ق.

مکارم شیرازی، ناصر، انوار الفقاهة: کتاب البیع، چاپ‌اول، قم: انتشارات مدرسهٔ امام علی‌بن‌ابی‌طالب(ع)، ۱۴۲۵ق.

موسوی خلخالی، محمدمهدی، فقه الشیعة: کتاب الإجارة، چاپ‌اول، تهران: مرکز فرهنگی انتشارات منیر، ۱۴۲۷ق.

میگ، رونالد، پژوهشی در نظریهٔ ارزش-کار، ترجمهٔ م. سوداگر، تهران: مؤسسهٔ تحقیقاتی اقتصادی و اجتماعی پازند، ۱۳۵۸.

یوسفی، احمدعلی، خرید و فروش اسکناس، قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه، ۱۳۸۹.